

ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ

Введение



Представьте, что вы сидите в баре со своим лучшим другом, вашим ровесником, симпатичным и умным человеком. У вас хорошее настроение, вы улыбаетесь и заводите непринужденный разговор с барменом. Однако проходит несколько минут, и вы начинаете понимать, что бармену ваш друг гораздо интереснее, чем вы. Вы обескуражены и немного огорчены.

В компании друзей вы заводите несколько новых знакомств и, в общем-то, хорошо проводите время. Но по дороге домой у вас возникает смутное чувство, что вы вели себя *как-то не так*. Вы задумываетесь: не сболтнули вы часом что-то лишнее о себе, не рассказывали слишком много анекдотов? А может, вы повели себя не совсем корректно по отношению к кому-то из гостей? Не в силах бороться с нарастающей тревогой и сомнениями, вы звоните другу, и... он уверяет вас, что вы были очаровательны и неотразимы! Но почему-то на душе у вас все равно остается неприятный осадок.

Вы в самолете, который летит из Калифорнии в Чикаго. Вашей соседкой оказалась очаровательная женщина. Вы знакомитесь с ней и заводите разговор о ко-

мандировках, из которых возвращаетесь, обсуждаете ваших бывших супругов (да-да, каждый из вас совершенно свободен!) и любимые рестораны. У багажного отделения вы обмениваетесь телефонами. Но, когда несколько дней спустя вы звоните попутчице, чтобы предложить ей встречу, она резко отказывается.

Подобные ситуации — неотъемлемая часть повседневной жизни. Мы знакомимся с привлекательными для нас людьми, которые не проявляют к нам ни малейшего интереса. Покидая вечеринку, ломаем голову над вопросом, почему не пользовались успехом и просидели весь вечер в углу, вдали от шумной компании. Хотя подобные встречи и впечатления могут быть мимолетными, они оказывают большое влияние на нашу дальнейшую жизнь, зачастую оставаясь в памяти или закрепляясь в определенных моделях поведения навсегда.

Первое впечатление — наша первая и иногда единственная возможность представить себя окружающим. От первого впечатления зависит очень многое, и в первую очередь — желание другого человека продолжить знакомство с нами.

Психологи изучают законы первого впечатления уже долгие годы. В современном мире эта тема особенно актуальна, и тому есть простое объяснение. На протяжении тысячелетий наши предки жили в одних и тех же поселениях, общались и вели дела с людьми, которых знали всю жизнь. Жизнь человека третьего тысячелетия гораздо динамичнее и насыщена событиями и контактами. Большинство из нас время от времени меняют место жительства и работу, заводят новых друзей, разрывают старые и строят новые взаимоотношения.

Изо дня в день мимо нас проходит бесконечная череда новых лиц и имен. Это родители соучеников наших детей, наши новые коллеги и клиенты, продавцы и работники автосервиса, партнеры по занятиям в спортивном зале или соседи в магазинной очереди.

Познакомившись с новым человеком, мы заводим “прицельный” разговор (например, о погоде или о последних новостях), благодаря которому получаем первоначальное представление о своем собеседнике. Ваш новый знакомый тоже формирует свое мнение о вас и решает, нравитесь вы ему или нет. Судьба дальнейших взаимоотношений зависит от вашей искренности и проявленной при знакомстве привлекательности.

Хотите узнать, как воспринимают вас окружающие?

Эта книга поможет вам ответить на вопросы: “Как я выгляжу в глазах других людей?”, “На что они обращают внимание, помимо моей внешности?”, “Что надо делать, чтобы произвести на собеседника хорошее впечатление?”

В этой книге мы раскрываем взаимосвязь между поведением людей и тем, как они выглядят в глазах окружающих. Принципы, представленные нами в *Первом впечатлении*, удивительно просты, но зачастую их трудно постичь собственным умом, даже тем, кто умен и образован. И хотя эти знания во многом определяют жизненный успех, их не дают в школе. Мы же обещаем поделиться ими с вами — честно и объективно.

НАШ ОПЫТ

Мы, авторы книги, много лет изучали психологию первого впечатления и широко использовали ее принципы в практической работе с руководителями и ме-

неджерами компаний из списка *Fortune 100*. Мы проводили с клиентами ролевые игры, создавали модели всевозможных деловых ситуаций (например, знакомство с новым клиентом) и отмечали, как участники подают себя и как вступают в разговор. Затем мы обсуждали выявленные стили общения с точки зрения эффективности восприятия людьми друг друга.

Как выяснилось, даже успешные и опытные руководители зачастую не осознают, какое влияние они оказывают на окружающих. Понимание тонкостей общения оказалось для них неоценимым опытом, благодаря которому они повышали эффективность своей работы и улучшали взаимоотношения с другими людьми.

Обладая опытом многолетней работы в сфере психологии взаимоотношений, мы утверждаем, что умение оценивать значение первого впечатления и грамотно подавать себя при первом знакомстве с новыми людьми принесет пользу *каждому* из вас.

Вначале мы работали только с сотрудниками крупных корпораций и с пациентами психиатрических клиник, которых нужно было обучить основным навыкам социального общения. Средний же, *обычный* человек оставался вне сферы нашего наблюдения, поэтому мы решили восполнить этот пробел и создали в Нью-Йорке единственную в своем роде компанию *First Impressions, Inc.*

В *First Impressions, Inc.* мы используем ту же методологию, что и раньше, но основное внимание уделяем повседневной жизни. На тренингах мы строим “модель” свидания или знакомства с новым клиентом и наблюдаем за стилями общения участников и тем, как они подают себя. Затем мы устраиваем обсуждение. Участни-

ки рассказывают, как они хотели представить себя, и делятся впечатлениями о своем партнере. Мы сравниваем их ответы с нашими наблюдениями, даем объективную оценку их поведения и предоставляем конструктивную обратную связь.

Этот метод очень эффективен как применительно к бизнесу, так и к повседневной жизни. Предлагаемые нами тренинги быстро стали популярными, поскольку помогают людям лучше понять себя и окружающих. Многие клиенты отмечают, что получили много полезной и не знакомой им ранее информации. Они признаются, что, критически взглянув на свое поведение и изменив лишь некоторые его нюансы, они значительно улучшили взаимоотношения с окружающими.

В этой книге мы поделимся с вами информацией, которую предоставляем нашим клиентам в *First Impressions, Inc.*, и расскажем, что первое впечатление складывается из семи аспектов — доступности, проявления интереса, темы для разговора, открытости, динамики разговора, мировосприятия и проявления сексапильности.

НАШИ КЛИЕНТЫ

На протяжении многих лет мы работали с множеством клиентов — пожилыми и молодыми, мужчинами и женщинами, уверенными в себе и стеснительными, серьезными и беспечными.

В этой книге вы встретите три типа примеров.

1. *Деловые консультации.* Мы приводим примеры ситуаций, моделируемых на тренингах с бизнесменами, а также фрагменты последующих обсуж-

дений. Некоторые примеры из деловой жизни нам предоставили сами клиенты.

2. *Деятельность First Impressions, Inc.* Работая с клиентом на моделируемой встрече, консультант выступает под именем “Сюзан” или “Ник”. Итак, Ник и Сюзан — психологи, и, встретив в книге эти имена, знайте, что речь идет о консультации или тренинге в *First Impressions, Inc.*
3. *Повседневное общение.* Эти примеры взяты из обычной жизни. Все то, с чем мы, авторы книги, как и каждый из вас, сталкиваемся в гостях у друзей, в магазинах или аэропортах и т.д., а также то, чему были свидетелями наши клиенты, друзья или коллеги.

Имена и значимая информация о людях, используемая в примерах, изменены.

Мы раскрываем суть первого впечатления на примерах деловых встреч, романтических свиданий, бытовых ситуаций, используя различный контекст, но постоянно подчеркивая тот факт, что в любом случае манера вашего поведения может *изменять* саму ситуацию. Не имеет значения, делитесь ли вы наболевшими проблемами с другом или обсуждаете сугубо деловые вопросы с клиентом, всегда, независимо от ситуации и темы разговора, люди формируют первое впечатление о собеседнике по его манере поведения и стилю общения, т.е. по тому, как он проявляет к ним интерес и каким образом участвует в разговоре.

НАШ МЕТОД

Наша книга отличается от других книг по практической психологии тем, что мы не даем готового ответа на вопрос, как люди “должны” подавать себя. Не существует единственно возможного “правильного” впечатления или “правильной” манеры общения. Первое впечатление будет хорошим, если отразит в восприятии вашего собеседника *вас настоящего* — такого, какой вы на самом деле.

В случае, когда вы стараетесь показать себя в лучшем свете, чем вы есть, вы создаете впечатление, которое вам выгодно.

Мы не будем призывать вас измениться, но поможем разобраться, какой вы на самом деле. Наверняка вы, как и любой человек, обладаете не очень хорошими качествами характера, но они составляют неотъемлемую часть вашей личности. Например, вы — циник и не собираетесь меняться, поскольку вам нравится циничный подход к жизни. Возможно, вас привлекают люди, так же как и вы обладающие этим качеством. Мы же видим свою задачу в том, чтобы помочь вам определить расхождения между вашим самовосприятием и тем, как вас воспринимают окружающие, чтобы вы могли изменить что-то в себе, *если захотите*. Вы вряд ли захотите тратить силы на то, чтобы добиваться признания каждого человека, с которым вам доводится сталкиваться в жизни. Лишь немногие люди стремятся понравиться всем (конечно, это не относится к политикам). Однако, прочитав эту книгу, вы сможете производить положительное впечатление на окружающих безо всяких усилий.

Конечно, существуют индивидуальные различия в предпочтениях — в том, что привлекает людей в окружающих. Но в то же время есть так называемые “универсалы”, то есть универсальные понятия, элементы межличностного общения, которые значимы в большей степени, чем другие. Например, те, кто умеет слушать и поддерживать живой разговор, пользуются успехом в любом обществе, в любой ситуации.

С помощью “универсалов” вы поймете, какие ваши черты наиболее привлекательны для окружающих, а какое поведение отталкивает от вас людей. Вы научитесь осознавать *сигналы*, посылаемые вами другим людям, и предвосхищать их одобрение или негативную реакцию.

“Универсалы” хороши тем, что они применимы для каждого — независимо от возраста, внешности, социального статуса, материального положения, сексуальной ориентации или расы. Поэтому в наших примерах мы обращаем внимание читателей на поведение и восприятие наших клиентов, а не на их демографические и социальные характеристики.

Большинство “универсалов” приемлемо как для мужчин, так и для женщин. Например, улыбка, проявление интереса, доброжелательность и живое участие в разговоре являются позитивными вариантами поведения для людей обоих полов. В тех случаях, когда между поведением и восприятием мужчины и женщины имеется разница, мы обращаем на это ваше внимание. Например, мужчины склонны предоставлять при первом знакомстве больше фактической информации — мы называем это “лекцией в мужском стиле”.

Имейте в виду, что законы формирования первого впечатления варьируются в разных культурах. То, что приветствуется в Японии, не найдет одобрения в Бразилии. В данной книге мы будем опираться на нормы американской культуры.

Наша задача — научить вас грамотному общению в деловых и повседневных ситуациях, которые происходят *тет-а-тет*, то есть один на один. Это и разговор с новым коллегой, и первое свидание, и знакомство на вечеринке. Общеизвестно, что в первые несколько секунд люди обычно обращают внимание на внешний вид собеседника — “встречают по одежке”. Мы же исследуем первое впечатление с точки зрения психологии. Конечно, внешность играет огромную роль в первичном восприятии людьми друг друга, но манера общения намного важнее. Именно от нее зависит судьба дальнейших взаимоотношений.

ВАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА

Вы думаете: “Хорошо, я могу кое-что изменить в себе, чтобы представить себя в самом выгодном свете, но это так утомительно! Я — это я. И, в общем-то, я не хочу меняться. Мои друзья и коллеги любят и ценят меня таким, каков я есть”.

Самая главная причина, по которой следует изучить психологию первого впечатления, которое вы производите, заключается в том, что первое впечатление может неточно отразить в восприятии собеседника *вас настоящего*, т.е. каким вы являетесь на самом деле или каким вас видят только “избранные” — близкие вам лю-

ди. К сожалению, вы можете и не подозревать, что мнение, которое сложилось о вас у другого человека — ошибочно. Например, если вы смущены, то можете показаться равнодушным, а если чересчур разговорчивы, люди увидят в этом эгоцентризм. Общение с незнакомым прежде человеком сопровождается определенным беспокойством даже у самых уверенных в себе людей, но некоторых сама фраза “Разрешите с вами познакомиться?” способна ввергнуть в состояние оцепенения. Вместо того, чтобы расслабиться и наслаждаться общением, эти бедолаги страдают от неопределенности, гадая, понравятся они или нет.

Надо понимать, что у ваших новых знакомых нет возможности мгновенно познать всю глубину вашей личности и полюбить вас за присущие вам положительные качества, поэтому они формируют свое мнение, основываясь на ограниченной информации, — мы имеем в виду язык мимики и жестов и стиль общения во время вашего первого контакта.

Научившись производить желаемое впечатление, вы сможете контролировать процесс формирования тех или иных взаимоотношений, наладить отношения с окружающими и получать удовольствие от повседневного общения. Вы станете более уверенными в новых ситуациях и не будете бояться нейтрального или негативного общения (его всегда можно превратить в более приятное для обеих сторон!). Одним словом, вы почувствуете тем, кому пока недоступны знания психологии первого впечатления.

ЧЕГО ВЫ МОЖЕТЕ НЕ ЗНАТЬ

Способны ли вы посмотреть на себя глазами окружающих?

Некоторые люди неосознанно умаляют свои достоинства, что делает их менее привлекательными и интересными для собеседников, чем они есть на самом деле. Другие же *слишком* хорошего о себе мнения и “не видят бревна в своем глазу”.

Да, осознавать и анализировать свои недостатки и слабые стороны непросто. Кроме того, у каждого из нас есть “потайные уголки души”, которые мы не желаем показывать окружающим.

Прежде чем вы продолжите чтение, предлагаем вам провести небольшое исследование на основе самооценки. Прочитайте вопросы и ответьте, что вы делаете всегда, иногда или редко. Задумываетесь ли о тех сообщениях или сигналах, которые посылаете другим людям своим поведением? Первые четыре сигнала — положительные, последние — отрицательные. В части II мы подробнее объясним смысл этих посланий и их влияние на людей, с которыми вы общаетесь. Подобные тесты мы приводим в конце каждой главы. Надеемся, что благодаря им вы сможете хотя бы отчасти взглянуть на себя глазами окружающих. И, конечно, научитесь осознавать производимое вами первое впечатление.

СТРУКТУРА КНИГИ

Часть I посвящена психологии первого впечатления и законам их формирования. Мы поговорим о том, почему они столь значимы для дальнейшего взаимодейст-

вия людей. В части II речь пойдет о семи аспектах первого впечатления — доступности, проявлении интереса, теме для разговора, открытости, динамике разговора, мировосприятию и проявлении сексапильности. В части III мы предоставим вам информацию, которая поможет создать ваш собственный стиль общения с окружающими и производить на них хорошее первое (и не только!) впечатление.

ПОВЕДЕНИЕ ПРИ ЗНАКОМСТВЕ			
<i>На первой встрече я:</i>	Обычно	Иногда	Редко
улыбаюсь и слегка наклоняюсь в сторону собеседника, когда тот говорит			
говорю с такой же скоростью, как и мой партнер			
выбираю удобную позу, в которой могу расслабиться			
готов показать собеседнику свою уязвимость или слабость в чем-либо			
стараюсь поразить воображение собеседника впечатляющей информацией о себе			
стараюсь продемонстрировать свои “особенные” качества, которые отличают меня от других людей			
начинаю разговор с того, что волнует меня в данный момент			
демонстрирую свое общественное положение и материальный успех			

КАК ЧИТАТЬ ЭТУ КНИГУ

Есть два способа чтения этой книги. Оба они хороши. Если вам, как и нам, авторам, интересны психологические основы первого впечатления, читайте книгу с начала и до конца. Если вас привлекают только практические советы и рекомендации, обратитесь к части II “Семь аспектов первого впечатления”. Возможно, вы захотите вернуться к части I позже.

КАК ИЗВЛЕЧЬ ИЗ КНИГИ
МАКСИМАЛЬНУЮ ПОЛЬЗУ

1. *Постарайтесь взглянуть на себя объективно и непредвзято.* Сосредоточьтесь на себе, не пытайтесь оценить или изменить поведение, чувства или эмоции людей, с которыми вы общаетесь. Всегда легче обвинить в недостатках окружающих, чем самого себя. Признайтесь, что иногда вы непоколебимо уверены в излишней разговорчивости или занудстве “другого”, не утруждая себя разбором собственного поведения. Когда будете читать о негативных моделях общения, вы обязательно вспомните своих знакомых, которые ведут себя подобным образом. Но задумайтесь и о том, что кому-то эти примеры могут *напомнить вас!* Книга окажется полезной для вас только в том случае, если вы найдете в себе силы признать это.
2. *Самооценка.* Эта книга насыщена информацией. Пожалуйста, обдумывайте ее, прежде чем переходить к следующей главе. Не торопитесь “проглатывать” страницу за страницей, а вчитывайтесь

в содержание. Пользуясь таблицами, приведенными в конце каждой главы, вы проверите, поступаете вы тем или иным образом постоянно, иногда или редко. Если хотите, найдите эти таблицы на нашем сайте:

www.FirstImpressionsConsulting.com

Важно определить ваши положительные качества, знать их и опираться на них в общении, как и осознавать нюансы своего типичного поведения, вызывающие негативную реакцию собеседников. О самооценке мы поговорим в части III, посвященной формированию вашего стиля общения.

3. *Немедленно проверяйте полученную информацию на практике.* Вы поймете, что даже при незначительной коррекции вашего поведения отношение к вам окружающих также изменится. Мы надеемся, что к тому времени, когда вы прочтете книгу, люди будут относиться к вам в повседневных ситуациях гораздо лучше, чем сейчас. Мы также надеемся, что у вас будет больше уверенности в своей способности производить желаемое впечатление.
4. *Читайте эту книгу с другом.* Советуем вам читать книгу синхронно. После прочтения каждой главы предложите другу обменяться мнениями. Пусть он укажет вам, а вы — ему на достоинства и недостатки в контексте рассмотренного аспекта общения. Конечно, вы должны быть искренними (смотрите подсказки, приведенные в части II). Обсуждая прочитанное с другом, вы увидите расхождения между вашим образом “Я”, и тем, как вас видят окружающие.

ЖДЕМ ВАШИХ ОТЗЫВОВ!

Вы, читатель этой книги, и есть главный ее критик и комментатор. Мы ценим ваше мнение и хотим знать, что было сделано нами правильно, что можно было сделать лучше и что еще вы хотели бы увидеть изданным нами. Нам интересно услышать и любые другие замечания, которые вам хотелось бы высказать в наш адрес.

Мы ждем ваших комментариев и надеемся на них. Вы можете прислать нам бумажное или электронное письмо либо просто посетить наш Web-сервер и оставить свои замечания там. Одним словом, любым удобным для вас способом дайте нам знать, нравится или нет вам эта книга, а также выскажите свое мнение о том, как сделать наши книги более интересными для вас.

Посылая письмо или сообщение, не забудьте указать название книги и ее авторов, а также ваш обратный адрес. Мы внимательно ознакомимся с вашим мнением и обязательно учтем его при отборе и подготовке к изданию последующих книг. Наши координаты:

E-mail: info@williamspublishing.com

WWW: <http://www.williamspublishing.com>

Информация для писем:

из России: 115419, Москва, а/я 783

из Украины: 03150, Киев, а/я 152